

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Sejarah mencatat bahwa tas muncul sejak zaman prasejarah yang dimana pada saat itu terbuat dari kulit dan kayu, pada saat itu tas yang menggunakan kulit digunakan untuk membawa bahan makanan sedangkan yang berbahan kayu biasanya untuk membawa batu, Farid (2005, h.3) menjelaskan “tas adalah alat yang umumnya berbentuk wadah yang *fleksibel*”. Pada zaman mesir kuno penggunaan tas berfungsi sebagai sabuk pengencang pinggang, sulaman dan hiasan di setiap tas mencerminkan status sosial orang tersebut, dengan seiring perkembangan zaman terciptalah sebuah tas *handbag* atau biasa disebut tas jinjing yang terkesan lebih *simple* dan lebih praktis untuk digunakan sehari hari dan terbuat dari bahan kulit yang memiliki kancing.

Hida Yato (2019) berpendapat bahwa:

Tas yang *fashionable* baru muncul pada abad 17, ditandai dengan mulai munculnya berbagai macam tas yang memiliki banyak bentuk dan model, pada zaman itu para wanita merajut tas yang cantik dan unik yang biasanya digunakan diacara pernikahan, pada perkembangannya semakin banyak tas cantik dan unik yang dikerjakan oleh para wanita pada zaman itu.

Masuk abad ke 18 munculah *trend* busana *neoclassical* yang sangat populer dengan ditandai dengan mulai banyaknya para wanita senang menggunakan pakaian minim dan terbuka. Penggunaan tas kecil atau *purse* menjadi kurang populer lagi karena terlihat kurang pantas, oleh karena itu banyak yang menggunakan *handbag* dan mulai pada saat itu *handbag* mulai berkembang bukan hanya untuk membawa barang tapi juga membawa aksesoris kecantikan untuk para kaum wanita, dan di abad ini juga ditemukanya koper yang digunakan untuk berpergian.

Pada awal abad ke 19 tas berbahan dasar kulit berkembang dengan pesat dengan kemunculan tas berjenis *slingbag*. Sekitar tahun 1940 banyak sekali peperangan yang terjadi di dunia, dan pada masa itu tas berjenis *rucksack*/tas militer ditemukan bisa dikatakan tas model ini menjadi cikal bakal tas gendong.

Sampai saat ini tas kulit masih banyak peminatnya terutama di dalam negeri seperti di kota Bandung. Menurut Ibrahim (2007) “masyarakat di Indonesia tumbuh dengan sejarah globalisasi ekonomi yang ditandai dengan menjamurnya pusat perbelanjaan”. Seperti di kota Bandung atau biasa dikenal sebagai *Paris Van Java* adalah salah satu kota yang berada di Indonesia. Kota Bandung juga menjadi penyumbang objek wisata terbanyak selain Bali dan Jogja, diantaranya kota Bandung sebagai objek wisata berbagai macam jajanan, gedung unik yang bergaya *art deco*, terutama wisata belanja *fashion*. Gelar *Paris Van Java* yang diberikan kepada Kota Bandung tentunya memiliki alasan perkembangan yang pesat di dunia *fashion*, dan kota Bandung juga menjadi salah satu kota yang *fashionable* dibandingkan dengan kota-kota besar yang ada di Indonesia.

Berbagai macam *brand* lokal maupun *brand* besar dunia ada di kota ini, itulah mengapa Bandung dinobatkan sebagai kota *Paris Van Java*. Industri kreatif seperti *brand* lokal yang bermunculan disebabkan karna perkembangan zaman, dan semakin banyaknya kebutuhan pasar yang berada di kota Bandung itu sendiri. Tas sudah menjadi salah satu kebutuhan komoditas masyarakat yang awalnya hanya untuk membawa barang agar lebih mudah sekarang tas sudah bisa dibilang menjadi salah satu barang yang dapat memperindah penampilan atau *fashion*.

Alinea Leather merupakan sebuah produk yang bergerak dibidang *fashion*. Perusahaan ini sudah berdiri sejak Agustus 2016. *Owner* atau pendiri dari Alinea Leather adalah Jamil Malik, yang merupakan seorang pengusaha bidang *fashion*. Produk-produk dari Alinea Leather memproduksi tas *fashionable* berbahan kulit hewan. Motivasi pendiri Alinea Leather menciptakan produk *fashion* tas berbahan kulit karena ingin memproduksi tas berkelas premium dengan harga yang murah dan diproduksi secara lokal. Produk ini sebelumnya bernama Simple Izzy. Produk tas yang dikhususkan untuk perempuan. Kini Simple Izzy beralih nama menjadi Alinea Leather. Alinea Leather terkenal di kota Bandung sebagai salah satu *brand* yang memproduksi tas berbahan kulit asli yang semuanya dibuat di Indonesia dan bahannya pun didapatkan di Indonesia atau lokal.

Alinea Leather sudah banyak memproduksi berbagai macam tas khususnya tas perempuan. Sampai saat ini Alinea Leather sudah memiliki 90 model tas yang diproduksi sendiri, dari tas formal yang dapat digunakan untuk acara tertentu saja sampai tas yang bisa digunakan untuk segala macam acara, Kulit atau bahan yang digunakan pada Alinea Leather terbagi menjadi 3 jenis kulit, yang membedakan dari setiap kulitnya yaitu teksturnya, ketebalan kulitnya dan warna itu sendiri. Keunggulan yang dimiliki Alinea Leather dibandingkan dengan *competitor* lain yaitu dari segi harga yang dimana *relative* murah untuk ukuran sebuah tas premium dan dari segi kualitasnya pun tidak kalah dengan *brand* besar luar negeri. Kebanyakan tas yang diproduksi Alinea Leather berjenis tas *shoulder bag*, tas jenis ini menjadi barang paling diminati dan banyak penggemarnya karena tas jenis ini lebih mudah digunakan dan lebih terlihat *fashionable*.

Banyaknya industri kreatif terutama di bidang *fashion* di kota Bandung menjadi kendala terhadap *brand-brand* yang ada untuk dapat selalu bersaing, semuanya dipaksa untuk selalu menjaga keeksistensian produknya agar tidak kalah dengan yang lain. Saat pertama kali berdiri *brand* ini memiliki kendala yaitu bersaing dengan *brand* yang sudah lebih awal berdiri terutama ditahun - tahun pertama Alinea Leather, selama Alinea Leather berdiri pemasarannya pun kebanyakan baru di kota Bandung saja, kurang luasnya pemasaran yang dilakukan Alinea Leather masih menjadi kendala untuk dapat bersaing di tengah pesaing - pesaing yang ada.

I.2 Identifikasi Masalah

Dari pernyataan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

- Konsumen Alinea Leather kebanyakan baru berasal dari kota Bandung.
- Alinea Leather kurang dalam mempromosikan produknya.

I.3 Rumusan Masalah

Dalam mengidentifikasi masalah maka ditemukan rumusan yang merujuk pada permasalahan yang terjadi pada perusahaan Alinea Leather, sebagai berikut:

- Bagaimana memperkenalkan Alinea Leather secara luas agar masyarakat mengetahui tentang *brand* ini.

I.4 Batasan Masalah

Sebuah masalah harus memiliki batasan agar masalah bisa terselesaikan, beberapa cara yang dapat dilakukan dalam menyelesaikan masalah dengan memperhatikan aspek-aspek sebagai berikut:

- Alinea Leather masih dibatasi pada potensi dan benefit produk Alinea Leather.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

I.5.1 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pembahasan di atas perancangan ini bertujuan untuk membangun *brand awareness* Alinea Leather, agar masyarakat bisa lebih mengenal tentang Alinea Leather

I.5.2 Manfaat Perancangan

Perancangan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Masyarakat
Memperlihatkan keragaman desain-desain tas yang diharapkan bisa menjadi *brand* yang membanggakan Indonesia agar bisa diketahui secara luas.
2. Bagi Keilmuan
Pada ruang akademisi diharapkan bisa menjadi referensi terhadap penelitian-penelitian selanjutnya.
3. Bagi Perancang
Diharapkan dengan adanya perancangan ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi perancang mengenai bagaimana merancang sebuah *brand* agar dikenal bagi masyarakat luas dengan memperlihatkan keragaman-keragaman tas yang sudah dibuat dengan kualitas yang baik.